

FUSION, INTÉGRATION ET CONCURRENCE

Anne Perrot

CREST-Insee – Directrice du laboratoire d'économie industrielle
et EUREQua-Université de Paris I-Panthéon-Sorbonne

Résumé

Pour l'économiste, pouvoir formuler des recommandations en termes de politique de la concurrence est au cœur de la problématique des fusions. Mais pourquoi les firmes fusionnent-elles ? Les raisons diffèrent selon qu'il s'agit de fusions verticales (intégration entre des entreprises situées à différents niveaux d'un même stade de production et produisant des biens complémentaires pour la production du bien final) ou de fusions horizontales, entre firmes offrant des biens substituables, donc initialement plus ou moins concurrents.

Deux types de raisons inspirent les **fusions verticales** :

- la maîtrise d'une ressource permet de l'obtenir à un prix égal au coût ;
- des raisons stratégiques peuvent aussi jouer, comme la volonté de forclure le concurrent sur le marché aval quant à la ressource amont (ne plus lui donner accès à cette ressource ou un accès plus difficile, à un coût plus élevé).

Si les **fusions horizontales** répondent toujours aux motifs classiques – recherche de synergies entre activités, recherche d'accès à de nouveaux marchés sur lesquels peuvent exister des barrières à l'entrée, recherche du pouvoir de marché –, elles sont aussi motivées par des raisons tenant à des configurations de marché relativement nouvelles :

- les innovations, résultats des stratégies des entreprises en R&D, produisent des conditions technologiques qui rendent plus profitables l'exploitation des rendements d'échelle et donc poussent à la recherche de la grande taille.
- l'ouverture des marchés, l'intégration des économies, rendues à la fois souhaitables et possibles du fait de la baisse des coûts de transports, engendrent une situation de concurrence plus intense. L'érosion des profits liée à ce contexte concurrentiel nouveau pousse les entreprises à se regrouper pour obtenir un pouvoir de marché plus important et restaurer les profits.

Pour évaluer les effets des fusions, l'analyse économique distingue entre :

- les firmes qui fusionnent (l'effet est généralement supposé positif pour elles) ;
- les concurrents ;
- les firmes qui entretiennent des relations verticales avec l'entité fusionnée (fournisseurs ou clients) ;
- les consommateurs.

Évaluer ces effets passe par une première étape, essentielle : savoir quel est le **marché pertinent**. Cette délimitation est délicate. Au sein d'un marché « large », incluant un grand nombre de produits, la part de marché de l'entité fusionnée risque d'être minime. Au contraire, sur un marché défini de façon étroite, cette part peut s'avérer bien plus importante ; la fusion peut donc apparaître comme faisant peser plus de risques sur la concurrence.

D'autres étapes suivent : évaluation des synergies qui permettraient des économies de coût et donc des baisses de prix ; évaluation des barrières à l'entrée sur le marché ; évaluation des effets du pouvoir de marché sur les fournisseurs.

Il en résulte un « bilan concurrentiel » positif ou négatif. L'arbitrage est toujours entre deux effets aux conséquences contrastées sur le bien-être :

- réduction (éventuelle) des coûts par rationalisation de la production, position plus favorable dans les négociations avec les fournisseurs, etc.
 - augmentation du pouvoir de marché.
-

L'approche des phénomènes de fusions entre entreprises par l'économie industrielle est très différente de celles que pourraient offrir d'autres domaines de l'économie, comme l'économie financière, ou encore la théorie des organisations, pourtant intéressées par le même objet.

L'économie industrielle met l'accent sur les *interactions stratégiques* entre concurrents sur les marchés concernés : il s'agit d'une part de comprendre comment les acteurs agissent sur les marchés, et d'autre part d'analyser les conséquences de leurs comportements. En effet, sur des marchés oligopolistiques, qui sont la règle plus que l'exception, le petit nombre de concurrents confère à chacun d'eux un pouvoir stratégique (le pouvoir de marché) dont les expressions sont nombreuses (mais pas toujours simples à identifier quantitativement, on le verra). Dès lors, les décisions prises par chacun ont une incidence sur la situation et partant, sur les décisions des autres. C'est cet entrelacs de décisions individuelles interdépendantes qui constitue l'objet de l'analyse.

Par ailleurs, d'un point de vue économique plus global, les stratégies des entreprises ont des effets sur *la nature de la concurrence* qui s'exerce sur les marchés (le niveau et la structure des prix en est une manifestation, mais également le choix des produits, les décisions d'implantation géographique, les investissements en recherche et développement, etc.), sur les *structures* de marché (nombre et taille des intervenants à la suite de décisions de fusions ou d'entrées et de sorties de firmes) et sur les *performances* des acteurs (profits des entreprises, mais aussi surplus des consommateurs).

En ce sens, l'analyse des mouvements de concentration constitue l'un des objets essentiels de l'économie industrielle.

Outre ces questions d'économie positive, l'économie industrielle poursuit aussi un objectif plus normatif : l'élaboration de recommandations en matière de politique de la concurrence. En ce qui concerne les concentrations, il s'agit ainsi de déterminer si une fusion, devant intervenir dans un contexte concurrentiel, technologique et réglementaire donné, est souhaitable ou non au regard d'un critère généralement défini approximativement comme le surplus global. La concentration du marché après fusion, telle qu'on peut la mesurer par le biais de différents indices¹, donne une idée précieuse des risques anti-concurrentiels que fait courir un projet de fusion, mais l'intensité réelle de la concurrence qui s'exercera après une fusion est en fait étroitement reliée aux comportements stratégiques sur les marchés. Ces indices ne fournissent donc qu'une indication des effets potentiellement anti-concurrentiels d'un mouvement de concentration.

Les développements qui suivent retracent dans leurs grandes lignes ces deux voies d'analyse, positive et normative.

Fondée sur une analyse microéconomique des comportements, l'économie industrielle donne des fusions entre entreprises une définition précisément centrée sur la répartition des *pouvoirs de décision*. En première analyse et très grossièrement, une fusion apparaît dans ce contexte comme la réunion en une seule entité de deux unités de décision au départ indépendantes : il s'agit donc d'abord d'une réduction du nombre d'intervenants indépendants sur un marché, et c'est aux conséquences de cette réduction que l'on s'intéresse. En ce sens, si l'on s'arrête à cette définition rudimentaire, une fusion qui ne s'accompagnerait pas d'effets sur les coûts (synergies ou autres) ou sur d'autres variables serait analysée de façon identique à une entente entre producteurs, puisque dans les deux cas des décisions indépendantes seraient désormais concertées.

Bien entendu, une fusion réelle ne se limite pas en général à cette simple agglomération des pouvoirs de décision, mais s'accompagne de réallocations des actifs, de réorganisations de la production, de modifications de la gamme des produits offerts et/ou de changements de localisation.

Dans un premier temps, nous examinerons les raisons qui peuvent pousser des entreprises à fusionner au regard de l'économie industrielle, et dans un deuxième temps, nous envisagerons les conséquences de ces mouvements de concentration.

1. Pourquoi les firmes fusionnent-elles ?

Des motifs très différents peuvent inciter des entreprises à fusionner suivant qu'elles appartiennent à deux étages différents du processus de production ou qu'elles sont au contraire des rivales plus ou moins proches. Dans le premier cas, on parle d'intégration ou de fusion verticale et dans le second de concentration horizontale.

1.1. L'intégration verticale

Un premier motif très direct peut pousser à fusionner des entreprises intervenant à des étages différents d'un même processus de production : il s'agit d'un motif purement technologique. L'intégration verticale peut permettre de supprimer purement et simplement certaines étapes du processus de production, diminuant les coûts et augmentant de ce fait les profits. On cite souvent deux exemples représentatifs de ce cas de figure : celui de l'intégration verticale dans la filière de la fabrication du papier et celui des « bateaux de pêche-usines ». Dans le premier cas, des fabricants de papier intègrent les fabricants de pâte à papier et localisent ensuite les deux activités sur le même site, pour supprimer les étapes de dessiccation, de transport et de réhydratation de la pâte de bois. Dans le cas des bateaux-usines, les fabricants de poisson en conserve achètent des entreprises de pêche pour supprimer les étapes de congélation-décongélation du poisson. Le moteur de l'intégration verticale est ici purement la recherche d'économies de coût, l'obtention d'un pouvoir de marché accru n'en étant que le résultat éventuel et secondaire. D'autres motifs du même ordre, mais probablement plus mineurs, peuvent tenir à la volonté de mieux adapter des produits intermédiaires aux besoins de la fabrication du produit final en maîtrisant toute la chaîne de production.

¹. L'indice de Hirschman-Herfindahl mesure la concentration par la somme des carrés des parts de marché des entreprises présentes sur le marché, d'autres indices se contentent de mesurer la part cumulée des n premières entreprises.

La plupart des autres motifs de l'intégration verticale sont de nature plus stratégique.

a) Il peut s'agir ainsi d'éliminer la *double marge* de la relation verticale : en s'intégrant verticalement, deux entreprises situées à deux étapes consécutives de la chaîne de production se procurent désormais le bien intermédiaire à son coût, évitant ainsi le prélèvement de deux marges successives. Dans un contexte simple, l'intégration conduit à un prix final plus faible, à une demande plus élevée et finalement à un profit de l'unité intégrée supérieur à la somme des profits cumulés des entités séparées².

L'intégration verticale peut aboutir à la *maîtrise d'une ressource rare* : ceci donne la possibilité d'exclure un concurrent présent sur le marché aval en ne lui donnant plus l'accès (stratégie de forclusion), ou un accès plus difficile, (c'est-à-dire à un coût plus élevé) à la ressource amont³.

L'intégration verticale avec un fournisseur peut conférer à une entreprise un pouvoir de négociation plus important vis-à-vis d'autres fournisseurs. Dans la grande distribution par exemple, les distributeurs sont assez tributaires des grandes marques nationales ou internationales dont ils ne peuvent se passer. Dans cet exemple, volontairement paradoxal au regard des exemples traditionnels qui mettent plutôt l'accent sur la dépendance des producteurs à l'égard des grands distributeurs, l'intégration avec de petits producteurs, fabricant pour leur compte des marques de distributeurs, peut être recherchée par les grands distributeurs pour renforcer leur pouvoir de négociation vis-à-vis des marques nationales. Ils disposent en effet alors d'une source alternative d'approvisionnement⁴ qui renforce leur pouvoir de négociation vis à vis des fournisseurs de grandes marques.

1.2. Les fusions horizontales

Des firmes initialement rivales, c'est-à-dire offrant des biens plus ou moins étroitement substituables, peuvent trouver intérêt à fusionner pour des motifs très variés. Certains d'entre eux sont très classiques, d'autres tiennent à des configurations de marché relativement nouvelles et contribuent pour beaucoup à expliquer les vagues de fusions constatées dans les années récentes.

a) Parmi les motifs traditionnellement invoqués pour expliquer les fusions figure en premier lieu, comme dans le cas de l'intégration verticale, la recherche d'économies de coûts (recherche de synergies entre activités), celles-ci pouvant provenir soit d'économies d'échelle, soit d'économies d'envergure⁵.

Par ailleurs, la fusion peut être le moyen d'accéder à de nouveaux marchés sur lesquels il existe des barrières à l'entrée d'ordre stratégique ou institutionnel. Les limitations existant ainsi à l'extension des grandes surfaces dans le secteur de la distribution (lois Royer et Raffarin) peuvent pousser à la fusion de distributeurs et contribuer à expliquer les mouvements de fusion enregistrés dans ce secteur⁶.

Enfin, un motif essentiel de la fusion horizontale est et a toujours été la recherche d'un pouvoir de marché accru. Toutefois, certaines évolutions économiques récentes sont venues renforcer encore la vigueur de ce dernier argument.

Les *innovations*, résultant des investissements des entreprises en R&D, produisent souvent des conditions technologiques qui rendent plus profitables l'exploitation des rendements d'échelle et donc poussent à la recherche de la grande taille. En d'autres termes le progrès technique induit souvent un biais en faveur de la grande taille.

L'ouverture des marchés et l'intégration des économies, rendues à la fois souhaitables et possibles du fait de la *baisse des coûts de transport*, engendrent une situation de concurrence plus intense. L'érosion des profits liée à ce contexte concurrentiel nouveau pousse les entreprises à se regrouper pour obtenir un pouvoir de marché plus important et restaurer les profits.

2. Les effets des fusions sur la concurrence

L'analyse économique distingue généralement les effets des concentrations sur :

². Voir par exemple Tirole (1988) pour une mise en évidence simple de ce phénomène.

³. Voir Avenel (1998).

⁴. Voir Caprice et Philippe (1997) pour une analyse de ces diverses questions.

⁵. L'évaluation des économies de coût nécessaires à rendre une fusion collectivement profitable est analysée sur le plan théorique par Farrell et Shapiro (1990).

⁶. Voir Philippe (1999).

- les firmes qui fusionnent ;
- les concurrents ;
- les firmes qui entretiennent des relations verticales avec l'entité fusionnée (fournisseurs ou clients) ;
- les consommateurs.

Si les conséquences d'une fusion peuvent *a priori* être considérées comme positives pour les entreprises qui fusionnent, l'évaluation des effets des concentrations passe par plusieurs étapes dont la première est de savoir quel est le **marché pertinent**. Il s'agit d'une étape essentielle et qui doit être menée de façon précise car c'est aussi la seule qui soit réellement quantifiable.

2.1. La définition du marché pertinent

À titre d'exemple, imaginons une fusion projetée entre deux fabricants de cassettes vidéo. Le marché pertinent inclut évidemment celui des vidéocassettes. Faut-il considérer que le marché du cinéma fait partie du même marché ? et celui du théâtre ? et celui du livre ? (il s'agit certainement de produits imparfaitement substituables car appartenant tous au vaste marché des spectacles). Faut-il lui adjoindre le marché des jeux pour enfants, une cassette vidéo et un jeu pouvant constituer de bons substituts de cadeaux ? Le marché de la location des cassettes doit-il faire partie du marché pertinent ?

Suivant les différents usages de la cassette vidéo considérés, on peut être fondé à définir les frontières du marché de façon très variable. Au sein d'un marché défini de façon large (incluant un grand nombre de produits), la part de marché de l'entité fusionnée risque de n'être que très faible. Sur un marché défini de façon étroite, cette part est beaucoup plus importante ; la fusion peut alors apparaître comme faisant peser plus de risques sur la concurrence.

Au-delà du « bon sens » et de l'intuition, il existe plusieurs tests quantitatifs permettant de mieux cerner le marché pertinent⁷, qui consistent tous à évaluer combien une firme perd de ventes si elle augmente son prix, sous différentes hypothèses concernant le nombre de produits substitués pris en compte. Le test dit du « monopoleur hypothétique », par exemple procède à de telles investigations. Une telle analyse repose évidemment sur l'estimation de fonctions de demande pour les différents produits envisagés. Par ailleurs, aucune méthode aussi fine soit-elle, n'est totalement exempte de critiques⁸ : ainsi, le test du monopoleur hypothétique n'est pas robuste à la manière de regrouper les produits ni à l'ordre dans lequel on les considère successivement. Toutefois, ces différentes approches donnent malgré tout une indication précieuse sur l'ampleur du marché qui risque d'être affecté par une concentration.

2.2. Les autres critères d'évaluation

Il convient ensuite d'évaluer les synergies qui permettraient des économies de coût et donc des baisses de prix⁹.

Pour cela, il faut se donner un *modèle de comportements*, pertinent pour représenter les stratégies concurrentielles des entreprises sur le marché (firmes extérieures à la fusion et entité fusionnée). Par exemple on peut considérer plus pertinent de représenter la concurrence par une concurrence en quantités (comme dans Salant, Switzer et Reynolds (1983)) ou par une concurrence en prix (comme dans Gaudet et Salant (1991)), suivant le contexte envisagé. Le modèle retenu permet de « prédire » comment se comportent les différents agents dans diverses situations concurrentielles. En particulier si la fusion a lieu, les entreprises restées outsiders vis-à-vis de celle-ci vont adapter leurs décisions (prix, quantités) à cette nouvelle structure de marché.

De ce modèle représentant les interactions stratégiques entre les concurrents découle la façon dont les baisses de coût potentielles, obtenues si la fusion avait lieu, seraient répercutées sur les prix et donc sur la demande. Cet exercice peut être utilisé de différentes façons. Par exemple, il permet de calculer quelle est la réduction de coût nécessaire pour compenser l'augmentation de prix résultant du pouvoir de marché accru, de façon à ce qu'un objectif (comme le surplus global, somme pondérée des surplus des différentes catégories d'agents) garde sa valeur antérieure à la fusion. Si on estime que ces réductions de coûts sont plausibles, alors la fusion est susceptible de conduire à des gains en raison de

⁷. Voir Werden et Froeb (1996).

⁸. Voir Philippe (1998).

⁹. Toutefois, d'importantes synergies ne sont pas toujours considérées comme un élément favorable à la fusion par les autorités en charge de la concurrence : l'argument d'« efficiency defense » peut alors se transformer en « efficiency offense ».

l'efficacité accrue. On prend ainsi en compte les effets de la fusion sur les consommateurs, les firmes rivales, mais aussi sur les partenaires économiques de l'entreprise.

L'appréciation des effets de la fusion requiert aussi une évaluation des barrières à l'entrée sur le marché. En effet, une fusion n'aura probablement pas les mêmes effets à long terme selon qu'un entrant peut venir discipliner le marché, ou qu'au contraire les barrières à l'entrée (institutionnelles ou comportementales) sont fortes.

Ensuite, une fusion peut avoir des effets sur le pouvoir de négociation à l'égard des fournisseurs. Ainsi, dans la grande distribution, la fusion entre deux enseignes peut à la fois avoir des effets négatifs sur les profits des producteurs en raison du pouvoir de négociation accru des distributeurs, et un effet positif sur les consommateurs en raison de la pression exercée sur le prix des produits.

Finalement, la fusion peut entraîner des effets économiques plus larges (mais aussi plus flous, entachés de plus d'incertitude et donc beaucoup plus difficiles à évaluer) sur l'emploi dans l'industrie concernée et dans les industries reliées en amont ou en aval.

Il résulte de cette analyse un « bilan concurrentiel » positif ou négatif que l'on peut finalement toujours ramener à un arbitrage entre deux effets aux conséquences contrastées sur le bien-être :

- une réduction (éventuelle) des coûts par rationalisation de la production, accès à une technologie plus efficace, gain d'une position plus favorable dans les négociations avec les fournisseurs, etc.
- une augmentation du pouvoir de marché qui en général vient tempérer (et éventuellement annuler) l'effet potentiellement favorable précédent.

En conclusion, l'analyse des effets attendus d'une fusion doit se fonder sur plusieurs types d'indicateurs du pouvoir de marché des entreprises (parts de marché, divers indices de concentration, etc.). Toutefois, ces *indicateurs statistiques* doivent être rapprochés d'*hypothèses de comportement* permettant d'évaluer la façon dont l'entité fusionnée, mais aussi les concurrents de celle-ci et même des concurrents potentiels sur le marché ajusteront leurs propres comportements après la fusion. Dans la mesure où bien des effets de la fusion ne peuvent faire l'objet que d'appréciations qualitatives, l'étape de délimitation du marché pertinent, la seule à reposer sur des critères véritablement quantitatifs, doit être menée avec un souci particulier quant à la fiabilité des données sur lesquelles elle s'appuie. Pour les microéconomistes, la validation empirique des modèles théoriques d'économie industrielle est une étape cruciale de la construction d'une « vision du monde » opérationnelle en matière d'analyse des concentrations. Pour les autorités de la concurrence, le fait de pouvoir disposer d'évaluations fiables des fonctions de demande, des fonctions de coûts, de coûts de transport, reposant sur des données microéconomiques, est un élément essentiel de l'appréciation des effets des mouvements de restructuration.

Références bibliographiques

- Avenel E. (1998), Contributions à l'analyse économique de l'intégration verticale : les aspects stratégiques, Thèse de Doctorat, Université de Paris I.
- Caprice S. et Philippe J. (1997) : « Les relations verticales », in A. Perrot ed., Réglementation et Concurrence, Economica, collection Économie et Statistique Avancées.
- Charlety-Lepers P. et Souam S. (1997) : « Les fusions-acquisitions », in A. Perrot ed., Réglementation et Concurrence, Economica, collection Économie et Statistique Avancées.
- Farrell J. et Shapiro C. (1990) : « Horizontal Mergers : an Equilibrium Analysis », American Economic Review, 81, 1007-1011.
- Gaudet G. et Salant S. (1992) : « Mergers of producers of perfect complements competing in prices », Economics Letters 39, 359-364.
- Philippe J. (1998) : « La mesure du marché pertinent », Revue Française d'Economie, 13, n° 4, 125-160.
- Philippe J. (1999) : Relations verticales et concurrence, Thèse de Doctorat, Université de Toulouse.
- Salant S., Switzer S. et Reynolds R. (1983) : « Losses from Horizontal Merger : the Effects of an Exogenous Change in Industry Structure on Cournot-Nash Equilibrium », Quarterly Journal of Economics, 93, 185-199.
- Tirole J. (1988) : The Theory of Industrial Organisation, MIT Press.
- Werden G. et Froeb M. (1996) : « Simulation as an Alternative to Structural Merger Policy in Differentiated Product Industries », in M. Coate & A. Kleit, The Economics of the Antitrust Process, Kluwer Academic Press.